

Smjer kojim treba ići cijelo hrvatsko gospodarstvo

MOŽEMO ODGOVORITI NA SVE ZAHTJEVE TRŽIŠTA

Rijetke su hrvatske tvrtke koje neprestano ulažu u razvoj i nove proizvodne pogone, a isto tako su rijetke one koje vlastite ljude ističu kao ključ uspjeha. Također nema mnogo hrvatskih tvrtki čiji su proizvodi prisutni u 50 zemalja na svim kontinentima. No, jedna od njih je Klimaoprema koja već 41 godinu pokazuje smjer u kojem bi se trebalo kretati hrvatsko gospodarstvo. Ipak, da sve to baš nije lako ostvariti, pojašnjava Sergio GALOŠIĆ, dipl. ing, predsjednik Uprave Klimaopreme. Pri tome kao jedan od ključnih problema danas, a osobito u budućnosti ističe nedostatak kvalitetne, školovane i obučene radne snage.

Za početak, možete li ukratko predstaviti Klimaopremu danas?

Klimaoprema je danas sa svojim proizvodima i rješenjima stalno prisutna u čak 35 zemlje svijeta, dok reference možemo pronaći u čak 50 zemalja svijeta. Primarno smo proizvodno-tehnološka tvrtka. Što to znači? 'Proizvodna' znači da je više od 95% proizvoda u našem programu rezultat našeg rada, razvoja i inženjeringa, dok 'tehnološka' znači da danas možemo u cijelosti provesti automatizaciju i robotizaciju proizvodnje. To ujedno znači da možemo odgovoriti na sve zahtjeve tržišta i bilo kakve specifične potrebe kupaca.

Poslujemo na dvije lokacije u Hrvatskoj: u Samoboru gdje su smješteni Uprava, razvojno-tehnički timovi i dio proizvodnje i u Novoj Gradiški gdje imamo velikoserijsku automatiziranu i robotiziranu proizvodnju opreme za ventilaciju i klimatizaciju i čiste prostore na 6000 m² površine proizvodnih pogona.

Trenutačno imamo 335 zaposlenih s ciljem povećanja u sljedećih nekoliko mjeseci na 350. Moram

Naša je snaga prvenstveno u ljudima jer bilo kakvi strojevi, oprema i roboti bez stručnih i obučanih djelatnika koji na tome rade ili koji time rukuju nemaju mnogo smisla.

naglasiti da je od tog broja čak 100 visokoobrazovanih i visokostručnih djelatnika, po čemu smo među vodećima ne samo u Hrvatskoj, već i u zemljama u okruženju. To je ono što nam omogućava odgovarati sve složenijim zahtjevima koji se danas postavljaju na tržištu.

Već ste gotovo pola godine na čelu Klimaopreme. Koje su po vašem mišljenju najveće prednosti tvrtke, a koje slabosti u današnjem tržišnom okruženju. Isto tako, gdje vidite prilike, a gdje prijetnje za buduće poslovanje?

Naša je snaga prvenstveno u ljudima jer bilo kakvi strojevi, oprema i roboti bez stručnih i obučanih djelatnika koji na tome rade ili koji time rukuju nemaju mnogo smisla. Tu je i dinamičnost i fleksibilnost jer smo, ipak, u svjetskim mjerilima mala tvrtka, a tu je i koncentracija znanja, što čine mladi, ali i iskusni stručnjaci koji im neprestano prenose iskustvo. Sve to nam omogućava brzo donošenje odluka, kako bismo što učinkovitije mogli odgovoriti na zahtjeve tržišta, što je u vremenima kada još rastemo golemom prednost.

S druge strane, naša najveća slabost je upravo u tome što smo regionalni lider, što znači da bi u budućnosti mogli imati problema ako zaokupljeni svojom vodećom ulogom ne primijetimo ulazak konkurencije na tržište. Uz to, slabost proizlazi i iz toga što rastom polako gubimo fleksibilnost.

Naše prilike su pak u širenju izvoza, još bolje prisutnosti na europskim tržištima, u geostrateškom položaju Hrvatske i u njezinom članstvu u Europskoj uniji (što bitno olakšava komunikaciju i plasman robe) i u strukturnim fondovima jer smo jedna od prvih hrvatskih tvrtki koja je ta sredstva uspješno iskoristila za proširenje proizvodnih kapaciteta. Prilike vidim i na tržištu Azije pa i Rusije i zemalja naslonjenih na Rusiju jer sadašnji sporovi sa Zapadom, očito, neće dugo trajati.

Od opasnosti bih najprije spomenuo veličinu hrvatskog tržišta koje privlači sve više ulaganja, a time i konkurenciju koja tako uvijek i lako može doći. No, kao najveću opasnost za nas, ali i za mnoge druge proizvodne hrvatske tvrtke, na prvo bi mjesto postavio nedostatak kvalitetne i školovane radne snage. Naime, na hrvatskom tržištu rada danas je gotovo nemoguće doći do kadra koji nam najviše treba, a to su inženjeri i tehničari. S druge strane, poduzimamo velike napore kako bismo taj problem riješili i to u suradnji s lokalnim zajednicama, strukovnim školama i visokoškolskim ustanovama.

Htio bih spomenuti da ćemo ove godine na prvi put imati dva studenta iz inozemstva i to iz



Prošle smo godine potpisali važan ugovor s jednim od najvećih distributera opreme za grijanje, hlađenje, ventilaciju i klimatizaciju u Francuskoj. Taj je uspjeh još veći ako uzmemo u obzir da je francusko tržište vrlo zatvoreno i da se domaći proizvođači štite na sve moguće načine.

Francuske, koji nam dolaze u sklopu programa Erasmus. Pri tome smo iznimno ponosni jer su njihovi fakulteti odabrali nas, a istodobno ćemo vidjeti kakvo je znanje koje budući inženjeri stječu na inozemnim učilištima.

Sve više ulažete u razvoj proizvodnje, nove pogone i nove tehnologije. O čemu se sve radi?

Naša najveća investicija je nova tvornica u Novoj Gradiški. Naime, kada smo potkraj 2015. godine tamo otvorili postojeću tvornicu, planirali smo da njezini kapaciteti budu ispunjeni tek 2020, a to je dosegnuto već danas! Tu će biti još 6000 m²



Danas je sve više naglasak na apsolutnom smanjenju potrošnje energije i na rješenjima koja omogućavaju da prostorija točno zna kada je i tko je u njoj i kako toj osobi prilagoditi klimatske parametre.

proizvodnih pogona i 10 000 - 12 000 m² visokoregalnog skladišta. Riječ je o investiciji na razini oko 15 milijuna eura, za što se nadamo da ćemo jedan dio pokriti iz sredstava europskih fondova.

Uz to, moram napomenuti da smo se prijavili za dobivanje sredstava za razvojne projekte s Fakultetom strojarstva i brodogradnje i Fakultetom elektrotehnike i računarstva Sveučilišta u Zagrebu i s Institutom 'Ruđer Bošković' za osnivanje centara kompetencija (CEKOM) kako bismo brže, lakše, jednostavnije i kvalitetnije razvijali nove proizvode.

Klimaoprema značajan dio proizvodnje izvozi i u Rusiju. Što biste mogli reći o poslovanju u Rusiji i susjednim tržištima?

Već dugo i uspješno poslujemo u Rusiji i zemljama koje su na nju geopolitički naslonjene, odnosno u zemljama nekadašnjeg Sovjetskog Saveza. Na tim tržištima nije jednostavno poslovati, ne samo zbog sadašnjih sankcija (koje smo itekako osjetili!), već i zbog velikih razlika u kulturološko-poslovnoj klimi u odnosu na zemlje Zapadne Europe. Isto tako, ta su tržišta zemljopisno daleko, a još postoje carinske i razne druge barijere. Dakle, tamo nije lako samo pronaći ili dogovoriti, već i napraviti posao. Pri tome su pregovori nerijetko iscrpljujući, ali je naša prednost u tome što se u konačnici gleda samo kvaliteta, što je osobito slučaj u farmaceutskoj industriji, gdje smo gotovo isključivo prisutni u tim zemljama.

Što biste mogli reći o vašoj prisutnosti na tržištima zapadnoeuropskih zemalja? Planirate li širenje tržišta i na američki kontinent?

Izrazito sam ponosan na naš uspjeh na tržištima zemalja sjeverne i zapadne Europe, gdje smo napravili golem iskorak i prepoznati smo kao kvalitetan i pouzdan proizvođač vrhunske opreme. Primjerice, prošle smo godine potpisali važan ugovor s jednim od najvećih distributera opreme za grijanje, hlađenje, ventilaciju i klimatizaciju u Francuskoj. Taj je uspjeh još veći ako uzmemo u obzir da je francusko tržište vrlo zatvoreno i da se domaći proizvođači štite na sve moguće načine. No, uspjeli smo zahvaljujući našoj kvaliteti, iako još mnogo prostora za rast. Također smo mnogo napravili i na tržištima skandinavskih zemalja i u Italiji.

Tržište na kojem do sada nismo bili značajnije prisutni i na kojem još nemamo važnijih rezultata svakako je njemačko. Istodobno je Njemačka najveće europsko tržište opreme za grijanje, hlađenje, ventilaciju i klimatizaciju zbog čega je ono naš strateški cilj u narednom razdoblju. Tako ćemo, uz postojeće vlastite tvrtke u Bosni i Hercegovini, Srbiji i Mađarskoj, te uz onu koja se otvara u Rusiji, uskoro otvoriti i tvrtku u Njemačkoj.

S druge strane, Sjeverna Amerika i Kina još nam nisu u fokusu. Ipak, Sjedinjene Američke Države su pokretačka snaga u klimatizaciji i svi novi trendovi dolaze od tamo, u što su se najbolje mogli uvjeriti naši predstavnici na nedavnom sajmu klimatizacijske opreme u Las Vegasu. Primjerice, danas je sve više naglasak na apsolutnom smanjenju potrošnje energije i na rješenjima koja omogućavaju da prostorija točno zna kada je i tko je u njoj i kako toj osobi prilagoditi klimatske parametre. Upravo kako bi mogli zadovoljiti sve te zahtjeve koje donosi budućnost, osnovali smo zasebni Razvojni odjel koji će se baviti isključivo razvojem novih rješenja i proizvoda

kako bi na vrijeme mogli uskočiti u taj 'brzi vlak' koji nam se približava.

Što biste izdvojili kao najvažnije reference na hrvatskom tržištu u posljednje vrijeme?

Nedavno smo završili veliki projekt u tvornici Belupo. Riječ je o 10 000 m² čistih prostora, što smo izveli prema načelu 'ključ u ruke': od ideje, preko strojarskog i arhitektonskog projektiranja, do puštanja u pogon i validacije. Tu je i novi terminal Zračne luke Franjo Tuđman, za koji smo isporučili opremu za cijeli sustav ventilacije i na taj smo projekt jako ponosni. Tu je također Pliva u Savskom Marofu, ali zapravo nijedan projekt čistih prostora u Hrvatskoj ne može proći bez nas, ne samo zbog naših proizvoda, već i zbog znanja naših stručnjaka koji su u tom području bez premca.

Osim 'organskog' širenja, tj. gradnje novih pogona i prodajne mreže, u posljednje je vrijeme u području proizvodnje opreme za grijanje, hlađenje, ventilaciju i klimatizaciju sve češće preuzimanje pojedinih, konkurentskih tvrtki (EGE 1/2017). Imate li možda i takvih planova?

Kao prvo, moram istaknuti da Klimaoprema nije na prodaju niti vlasnici o tome uopće razmišljaju, a što se tiče spajanja i preuzimanja, o tome je u prošlosti čak bilo riječi, no ni takvih planova sada nema. Fokusirani smo prije svega na naš rast i napredak u svim područjima. Dakle, želimo biti lider u Hrvatskoj i svim zemljama u okruženju i želimo da nas na svim svjetskim tržištima prepoznaju po kvaliteti i vrhunskim proizvodima.

Klimaoprema je veliki proizvođač i izvoznik. Što biste stoga poručili 'nadležnima' da treba promijeniti u sustavu (npr. porezne i monetarne politike, gospodarske diplomacije) kako bi se svima olakšalo poslovanje?

Za poslovanje je prije svega bitna stabilnost poreznog sustava jer, da biste kvalitetno mogli planirati projekte i optimirati ljudske, proizvodne i financijske

Klimaoprema je jedna od rijetkih hrvatskih tvrtki koje proizvodnju temelje na automatizaciji i robotizaciji proizvodnih procesa i u to ulaže značajna sredstva



resurse, morate imati stabilnu državnu poreznu politiku. Uz to, mislim da je nužno određeno porezno rasterećenje za sve nas koji u Hrvatskoj kontinuirano ulažemo u proizvodnju i razvoj.

Kada je riječ o gospodarskoj diplomaciji, moram reći da se cijeli svoj radni vijek bavim izvozom pa sam vidio da zemlje kao što su SAD, Francuska, Velika Britanija, ali i Austrija izrazito mnogo poslova rade uz pomoć svoje diplomacije. Ona im daje snagu i nerijetko 'otvara vrata' kod nastupa na stranim tržištima. Naime, ako iza vas stoje država i njezina politika, onda to za vašeg inozemnog partnera znači određenu sigurnost. Na sreću, u posljednje vrijeme se u Hrvatskoj u tom području mogu vidjeti određeni pozitivni pomaci.

I na kraju, još bih jednom istaknuo važnost ulaganja u srednje i visoko obrazovanje, ali i da treba napraviti sve kako bi te ustanove sa svojim programima mogle brže i jednostavnije odgovarati potrebama tržišta rada. Pri tome posebno mislim na srednje strukovne škole koje su u Hrvatskoj prilično zanemarene, a bez toga ne možemo ni pomisliti na neku kvalitetniju proizvodnju. To je gorući problem koji će u budućnosti sigurno biti još veći pa je pravo vrijeme da 'odgovorni' o tome počnu razmišljati! ■

Želimo biti lider u Hrvatskoj i svim zemljama u okruženju i želimo da nas na svim svjetskim tržištima prepoznaju po kvaliteti i vrhunskim proizvodima.